

점심·저녁은 포화… F&B업계, 아침시장서 돌파구 찾는다

패스트푸드, 조식 메뉴 운영 확대
카페는 샌드위치 등 식사 메뉴 강화
추가 투자 없고 장비·인력 재활용

외식 및 식음료(F&B) 브랜드들이 아침 시간대 영토 확장으로 사업 방향을 틀고 있다. 점심·저녁 시간대의 시장 경쟁이 정점에 도달한 가운데, 상대적으로 공백이었던 조식 구간에서 새로운 성장 동력을 발굴하겠다는 구상이다. 매장을 새로 열지 않고도 남는 시간대의 가동률을 끌어올려 수익성을 개선하겠다는 취지다.

◆‘모닝 시장’ 들썩이는 패스트푸드

조식 경쟁에 불을 지피고 있는 곳은 패스트푸드 업체다. 오랫동안 시장을 독점해 온 맥도날드 ‘맥모닝’의 뒤를 이어 후발 주자들이 대대적인 반격에 나서고 있다.

신세계푸드가 운영하는 노브랜드 버거는 21일부터 서울 성수점 매장에서 브랜드 최초로 아침 전용 메뉴 2종(‘베이컨 포테이토 에그 모닝’, ‘머쉬룸 치즈 에그 모



F&B 브랜드들이 조식 시장을 주목하고 있다. 점심, 저녁 시간대의 판매 경쟁이 치열하자 아침 메뉴 판매로 수익성을 개선하겠다는 전략이다.
/챗GPT로 생성한 이미지

닝’의 테스트 판매에 돌입했다. 평일 오전 7시 반부터 11시까지 운영되며 1200원을 더하면 음료가 포함된 콤보로 구성되어 직장인들의 바쁜 출근길을 겨냥했다. 신세계푸드는 성수동 유동인구의 반응을 살

핀 뒤 전국 매장으로의 확장 여부를 가늠할 예정이다.

기존 라이벌들의 걸음도 바빠졌다. 버거킹은 아침 메뉴 취급 매장을 58곳에서 120곳 넘게 대폭 늘렸으며, ‘크루아상위

치’를 앞세워 초기 목표보다 3배 이상 많은 판매량을 달성했다. 롯데리아 역시 ‘미아모닝’ 도입 매장을 두 배 가까이 넓혔고, 맥도날드는 고단백 닭가슴살을 넣은 신제품으로 맞섰다. 맘스터치 역시 일부 직영점에서 모닝 세트 시범 운영에 들어갔다.

◆커피점, ‘식사되는 카페’로 체질 개선
커피 전문점들 역시 음료 중심의 매장 구조에서 벗어나 ‘아침 한 끼’를 해결하는 공간으로 변화를 꾀하고 있다.

스타벅스는 오전 10시 반까지 제공하는 ‘모닝 세트’에 ‘K-에그바이트’ 같은 푸드 옵션을 강화하며 선택의 폭을 넓혔다. 캐나다 브랜드 팀홀튼은 본사 셰프가 개발한 칠리 수프와 함께 멜트 샌드위치, 브런치 세트 등 식사 대응 라인업을 앞세워 아침 손님을 끌어모으고 있다.

투썸플레이스의 경우 삼양식품과 손잡고 출시한 ‘불닭 치즈 멜트 파니니’가 파니니군 전체 매출을 전년 대비 40%가량 견인하자 ‘불닭 콘치즈 파니니’와 ‘불닭

치킨 바게트 샌드위치’ 등을 추가로 선보이며 든든한 식사 메뉴를 대폭 늘렸다.

◆고정비 부담 덜고 유희시간 활용

외식업계가 아침 시간에 공을 들이는 배경에는 고정비 부담을 줄이려는 현실적인 고민이 자리 잡고 있다. 임대료와 인건비 부담이 날로 가중되는 상황에서 매장 영업시간을 앞당기거나 전용 메뉴를 선보이는 방식은 추가적인 대형 투자 없이 기존 장비와 인력을 재활용할 수 있어 효율적이기 때문이다.

한 프랜차이즈 관계자는 “출근길이나 등교 시간에 빠르게 섭취할 수 있는 간편식 수요는 지속적으로 증가해 왔으나 소비자가 선택할 수 있는 브랜드가 많지 않았다”며 “기업 입장에서서는 매장 유희시간을 활용해 새로운 수익 창출이 가능한 만큼 아침 식사 시장을 둘러싼 F&B 기업들의 선점 경쟁은 한층 더 격화될 것”이라고 진단했다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metro

셀트리온, 송도 3공장 생산 142% 확대

25만L 생산시설 EU-GMP 갱신
생산 효율 개선 통해 수익성 강화

셀트리온은 인천 송도캠퍼스 내 총 25만 리터 규모의 원료의약품(DS) 및 완제의약품(DP) 생산시설에 대한 유럽의약품청(EMA)의 우수의약품 제조 및 품질관리 기준(EU-GMP) 갱신을 완료했다고 22일 밝혔다.

셀트리온은 이를 기반으로 올해 송도캠퍼스 전체 생산량을 전년 대비 약 15% 확대해 제품 판매 증가에 대응하고 생산 효율 개선을 통해 수익성 강화에 나선다는 방침이다.

이번 EU-GMP 갱신 대상은 송도 1공

장, 2공장, 3공장 총 25만 리터 규모의 DS 생산시설과 이외 DP 생산시설이다. 셀트리온은 유럽 규제당국의 품질 기준을 지속적으로 충족하고 있음을 재확인함으로써 유럽을 비롯한 글로벌 시장에 제품을 안정적으로 공급할 수 있는 생산·품질 기반을 공고히 했다.

특히 2024년 말 상업 생산에 돌입한 3공장의 생산 안정화가 빠르게 진행되면서 송도캠퍼스의 생산량 확대를 이끌고 있다. 셀트리온은 3공장에서 올해 총 128배치를 생산할 계획이다. 이는 전년 대비 약 142% 증가한 규모다.

3공장 생산 확대를 포함한 송도캠퍼스 전체 생산량도 전년 대비 약 15% 증가할

것으로 회사측은 예상하고 있다. 셀트리온은 확대된 생산 기반을 활용해 기존 주력 제품뿐만 아니라 신규 허가 제품의 시장 수요에도 탄력적으로 대응한다는 계획이다.

셀트리온관계자는 “송도캠퍼스 생산시설의 EU-GMP 갱신은 글로벌 시장에 제품을 안정적으로 공급하기 위한 품질 경쟁력과 생산 기반을 다시 한번 확정한 결과”라며 “올해 3공장을 중심으로 송도 생산량을 확대하는 동시에 신규 DP공장, 고역가 공정 및 미국 생산거점을 활용해 공급 안정성과 원가 경쟁력을 함께 강화하겠다”고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

GC녹십자웰빙, 보령과 ‘라이넥주’ 공동판매

2차 병원 처방 확대

GC녹십자웰빙이 보령과 함께 만성간질환 치료제 ‘라이넥주’의 2차 병원 처방 영토 확장에 나선다.

GC녹십자웰빙은 보령과 인태반기수분해물 주사제 ‘라이넥주’의 2차 병원 대상 공동판매(코 프로모션) 계약을 체결했다고 22일 밝혔다. GC녹십자웰빙의 독보적인 제품력에 보령이 보유한 강력한 병원 유통망을 더해 시장 안착에 속도를 낸다는 방침이다.

GC녹십자웰빙은 라이넥주 제품 공급, 마케팅, 임상 학술 정보를 제공하고 보령은 전국 2차 병원 네트워크 및 영업 노하우를 바탕으로 라이넥주 처방 확대와 판매를 전담한다.

GC녹십자웰빙은 이번 협력을 계기로 기존 의원급 의료기관 중심이었던 라이넥주의 처방 인프라를 종합병원급 2차 병원으로 대폭 확장하고, 만성간질환 치료 시장 내 지배력을 단단히 굳힌다는 구상이다.

라이넥주는 전문의약품으로 사람의 태반을 원료로 한 인태반기수분해물 주사제다. 만성간질환 환자의 간기능 개선에 쓰인다. 최근 고용량 점적정맥(IV) 투여 임



보령 배상호 병원본부장(왼쪽부터), 보령 정웅제 부사장, GC녹십자웰빙 김상현 대표, GC녹십자웰빙 한정영 IP본부장 등이 기념사진을 촬영하고 있다.
/GC녹십자웰빙

상 3상에서 기존 피하투여군 대비 통계적으로 유의미한 간수치 개선 효과를 입증했다. 이에 따라 정맥투여 용법으로 처방 기반을 넓히게 됐다.

김상현 GC녹십자웰빙 대표는 “보령의 2차 병원 영업 역량이 결합해 라이넥주의 시장 경쟁력이 한층 강화될 것”이라며 “처방 접근성을 높여 만성간질환 치료 시장에서의 지배력을 한층 강화하겠다”고 말했다.

정웅제 보령 부사장은 “오랜 기간 검증받은 라이넥주의 제품력에 보령의 병원 영업 노하우를 더해 2차 병원 시장에서 성과를 극대화하겠다”고 덧붙였다.

/이청하 기자

제일약품, 자규보 호조에 생산시설 확충

백암공장 249억 들여 증축 공사

자체 신약 ‘자규보’의 가파른 매출 성장을 기반으로 제일약품이 200억원 넘는 대규모 시설 투자를 통해 생산 역량을 강화했다.

제일약품은 경기 용인에 위치한 ‘백암공장’의 고품형제동 증축 공사를 완료하고 준공 허가를 받았다고 22일 밝혔다. 총 249억원을 투입하며 2024년 11월 개편 설계를 시작으로 약 2년에 걸쳐 생산 시설 확충을 진행해 왔다.

구체적으로 살펴보면, 새 생산시설은 백암공장 3·4층에 걸쳐 총 4461㎡(약 1350평) 규모로 들어섰다. 정제, 캡슐제 등 내용고형제 생산을 위한 청량, 혼합, 과립, 타정, 코팅, 포장 전 과정의 최첨단 설비가 갖춰졌다. 설비 구축이 완료 마무리되면 제일약품의 내용고형제 생산능력(CAPA)은 기존 대비 약 71% 크게 늘어난다.

이와 함께 제일약품은 신약 판매 호조에 따른 생산 수요 증가에 선제적으로 대응한다는 방침이다.

실제로 제일약품의 위식도역류질환 치



제일약품 백암공장 고품형제동 전경 /제일약품

료제 ‘자규보’는 올해 상반기 연결 기준 645억원의 매출을 기록하며 전년 동기 대비 약 152% 급증했다. 확장된 생산 능력을 바탕으로 기존 제품의 안정적 공급은 물론, 향후 신약 파이프라인 및 글로벌 수출 물량 확대도 확보할 수 있다.

생산 효율성 개선과 원가 경쟁력 제고에도 중점을 뒀다. 신규 시설에 발딩 관리 시스템, 창고 관리 시스템 등 첨단 자동화 시스템을 탑재해 수율 개선과 제조원가 절감을 동시에 이뤄낸다.

또 국내외 의약품 제조 및 품질관리(GMP) 기준에 부합하는 환경을 조성해 글로벌 사업 확대를 위한 품질 경영 기반을 다졌다.

/이청하 기자 mlee236@

체취 원인균 잡는 ‘데오리셋 바디워시’

애경산업, 제로시스균 99.97% 사멸

애경산업이 체취 원인균을 직접 관리할 수 있는 전용 바디워시를 선보인다. 애경산업은 위생 전문 브랜드 랩스에서 ‘제로시스 데오리셋 바디워시’를 출시한다고 22일 밝혔다.

이번 신제품은 땀과 피지 등 노폐물이 체취 원인균 ‘제로시스균’과 결합해 발생하는 냄새를 잡는다. 인체적용시험에서 해당 제품 9초 사용으로 제로시스균이 99.97% 사멸하는 항균 효과가 나타났다. 부위별 체취 개선을 역시 귀 뒤 96%, 목 97%, 겨드랑이 98% 각각 95% 등으로 확인됐다.

이와 함께 사용감과 유분 세정력도 갖췄다. 멘톨 성분을 함유해 샤워 직후 피부 온도를 최대 8℃ 내려주는 냉각 효과를 구현한다. 또 사용 후 피부 유분과 피지량을 약 77.8% 줄여 미끌거림 없는 잔여감을 경험할 수 있다.

저자극 테스트를 완료해 일상에서 매일 사용 가능하며 상쾌함을 오래 유지하기 위한 시트러스 허브향을 적용했다.

/이청하 기자

20주년 ‘잘크톤’… 조아제약, 신제품 선포

성장기 어린이 영양 관리 도와

누적 판매량 1000만 개를 돌파하며 어린이 영양제 시장을 이끌어온 조아제약의 ‘잘크톤’이 한층 강화된다. 조아제약은 성장기 어린이의 균형 잡힌 영양 관리와 면역력 증진을 위한 건강기능식품 ‘잘크톤 에스 플러스’를 출시했다고 22일 밝혔다.

이번 신제품은 마그네슘, 아연, 나이아신, 비타민B2·B6 등 성장기 아이들에게 필수적인 영양성분을 함유한다. 체내 에너지 생성과 정상적인 면역기능, 신경근육 기능 유지를 돕는다. 또 베타인,

이노시톨, L-아르지닌, 연어아미노산, 파인애플추출분말 등 엄선된 부원료를 균형 있게 배합해 다각도로 영양을 채웠다.

용기의 안전성과 편의성도 갖췄다. 조아제약이 독자 구축한 특허 용기인 ‘조아세피지 앰플’을 적용해 내구성과 휴대성을 끌어올렸다. 미국 약전(USP) 최고 등급인 플라스틱 Class VI 소재를 사용한 이 용기는 한국을 비롯해 미국·유럽·일본 등 세계 32개 국가에서 특허를 획득했다. 국가공인시험기관(KOTITI)을 통해 환경호르몬 불검출 인증까지 마쳐 안심하고 섭취할 수 있다.

/이청하 기자